

عنوان مقاله:

تدوین استراتژی های روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران بر اساس الگوی ترکیبی

محل انتشار:

ماهنامه اکتشاف و تولید نفت و گاز، دوره 1399، شماره 185 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

سیدمحمد اعرابی - رئیس پژوهشکده مدیریت سما

سیداحسان وزیری یگانه - پژوهشکده مدیریت سما

شهرام اسفندیاری قلاتی - پژوهشکده مدیریت سما

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر تدوین استراتژی های روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران است که در دو فاز انجام شده است: نخست، تدوین مقاصد مطلوب روابط عمومی و دوم، تدوین مسیرهای مطلوب روابط عمومی شرکت ملی نفت ایران. قلمروی این پژوهش شرکت ملی نفت ایران است. پژوهش حاضر بر اساس نتیجه یک تحقیق کاربردی، بر اساس هدف یک تحقیق توصیفی و بر اساس نوع داده یک تحقیق ترکیبی (کمی و کیفی) می باشد. الگوی مورد استفاده در پژوهش یک الگوی ترکیبی (فرایندی و نتیجه ای) برای تدوین استراتژی ها است. یافته های فاز اول (مقاصد مطلوب) شامل بیانیه های ماموریت، چشم انداز و ارزش ها و همچنین تعداد ۱۹ هدف استراتژیک است. در فاز دوم ابتدا زیرسیستم های روابط عمومی شامل مطالعات و مسئولیت اجتماعی، ارتباط با ذینفعان، انتقال مطالب به رسانه ها، ارتباط با فضای مجازی، فرهنگی و هنری، نشر مطالب و مدیریت روابط عمومی تعیین شده و سپس مسیرهای مطلوب (استراتژی های) زیرسیستم ها به روش ترکیبی تدوین و اولویت بندی شده اند که در مجموع ۴۹ استراتژی نهایی گردید.

کلمات کلیدی:

مقاصد و مسیر مطلوب، تفکر استراتژیک، برنامه ریزی استراتژیک و الگوی ترکیبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1639594>

